Catalogue no. 11-621-MIE — No. 018
ISSN: 1707-0503
ISBN: 0-662-38446-6

Analytical Paper

Analysis in Brief

The Pumpkin—A Growing Vegetable

by Jean Dornan

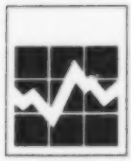
Agriculture Division
12th Floor, Jean Talon Building, Ottawa, K1A 0T6

Telephone: 1 800 263-1136

This paper represents the views of the author and does not necessarily reflect the opinions of Statistics Canada.

Statistics Canada Statistique Canada

Canada



The Pumpkin—A Growing Vegetable

Jean Dornan

Review Committee: Catherine Cromey, Steven Danford, Wilson Freeman, Robert Koroluk (Agriculture and Agri-Food Canada), Michel McCartin, Mike Trant and Gaye Ward

Special contribution: Suzanne Olsheskie, Lynda Kemp and Jenny Wang

Editor: Penny Hope-Ross

Managing Editor: Yvan Gervais

Production: Debi Soucy

October 2004

Catalogue No: 11-621-MIE2004018
ISBN: 0-662-38446-6
ISSN: 1707-0503
Frequency: Irregular

How to obtain more information:
National inquiries line: 1 800 263-1136
E-Mail inquiries: analysisinbrief-analyseenbref@statcan.ca

Published by the authority of the Minister responsible for Statistics Canada
© Minister of Industry 2004
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

106-02921/

The Pumpkin—A Growing Vegetable[1]

Jean Dornan
Agriculture Division

Summary

Halloween is a festival that wouldn't be complete without that brightly coloured orange vegetable—the pumpkin. Although not one of Canada's largest vegetable crops, pumpkins are the fastest growing.

The area planted with pumpkins, squash and zucchini[2] increased by more than twofold between 1986 and 2001, almost double the rate of that of the next leading growth vegetable crop, green onions. Pumpkins are now the seventh most important vegetable after potatoes, sweet corn, peas, beans, tomatoes and carrots, whereas in 1986 they ranked fifteenth.

About 2,850 census farms across Canada planted just over 5,700 hectares of pumpkins in 2001. This crop year was worth almost $22 million to producers. This is relatively small compared to potatoes, which were worth $961 million.

The fast growth in pumpkin crops seems to be related to the popularity of this vegetable during Thanksgiving and Halloween, as 92% of sales came from fresh pumpkins in 2001. Only 8% of pumpkin sales came from pumpkins to be processed into canned pumpkin pie mixes and similar products.

While the pumpkin is mostly grown for fresh sales, it is also grown for processing in some provinces. The farmers, who grow this vegetable, are fast discovering that it can be a lucrative source of income as a tourist attraction in the agri-tourism[3] industry. Pumpkin farmers are opening up their farms to day trippers to enjoy such activities as hay rides or pumpkin carving. Once there, these visitors have the opportunity to purchase not only pumpkins but also pumpkin pies and even some non-pumpkin items such as cider, baked goods and candles.

Location is a key element determining the success of an agri-tourism operation. An operation must attract tourists from urban areas. "How far will a consumer drive for this farm experience?" "How will rising gasoline prices affect an agri-tourism operation?" These are questions an operator must explore before embarking on a venture of this type.

Most farms growing pumpkins in Canada are near major urban centres. Of the 5,742 hectares of pumpkin area in 2001, 2,024 hectares were on 473 farms in southern Ontario. The Montérégie region of Quebec, near Montréal, has a large concentration of 170 farms that grew 828 hectares of pumpkins in 2001. In British Columbia, the largest area devoted to this vegetable is found in the Lower Mainland-Southwest, which has 149 farms growing 376 hectares of pumpkins. Most of these are in the Greater Vancouver Regional District.

---

1. This paper is largely based on an article entitled "The pumpkin patch — a venture in agri-tourism" published in *Canadian Agriculture at a Glance*, Statistics Canada Catalogue no. 96-325-XPB.

2. For simplification purposes, the term "pumpkins" will be used to mean pumpkins, squash and zucchini throughout the article.

3. Agri-tourism is defined as the business of using a working farm as a tourist attraction.

What exactly are pumpkins?

Pumpkins are in fact a winter squash, and a member of the cucurbitaceae or gourd family, which includes squash, pumpkins, cucumbers, muskmelons, honeydew melons, cantaloupe, watermelons and zucchini. These plants are native to Central America and Mexico.

Pumpkins take off

A picture of autumn in Canada wouldn't be complete without pumpkins. Farmers' markets, roadside stands and grocery stores have an abundance of these large orange gourds for sale, in all shapes and sizes.

Long a symbol of harvest and Halloween, the pumpkin is now offering many small farm operations a chance to show off their produce to the public while creating an alternative revenue source. This is being done by opening up their farms to visitors and offering fun activities such as hay rides and pumpkin carving. Their pumpkins are offered for sale in different forms than the whole pumpkin. Visitors can purchase pumpkin pies and jack-o'-lanterns and even non-pumpkin items such as cider and caramel apples. All these activities contribute to an enjoyable day out for urban folk and additional income for pumpkin farmers. This alternative source of revenue activity is known in the trade as agri-tourism.

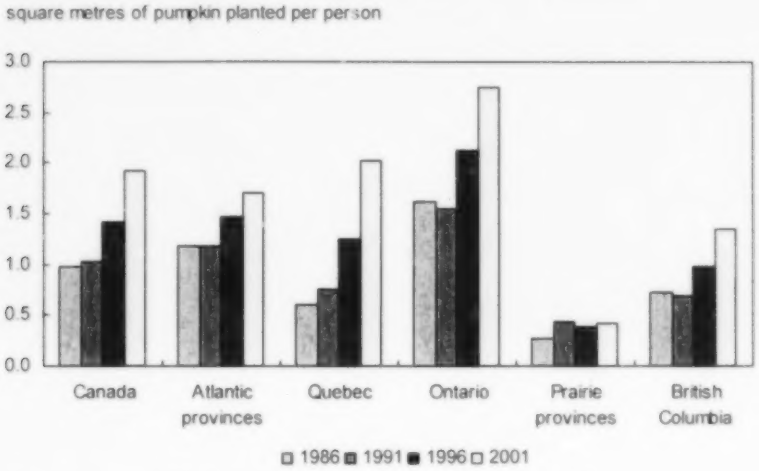
Although not one of Canada's largest vegetable crops, pumpkins are the fastest growing.

The area planted with pumpkins increased by more than twofold between 1986 and 2001, almost double the rate of that of the next leading growth vegetable, green onions. Pumpkins are now the seventh most important vegetable after potatoes, sweet corn, peas, beans, tomatoes and carrots, whereas in 1986 they ranked fifteenth.

About 2,850 census farms across Canada planted just over 5,700 hectares of pumpkins in 2001. This crop year was worth almost $22 million to producers. This is relatively small compared to potatoes, which were worth $961 million.

Almost two square metres of pumpkins were planted per person in Canada in 2001. Ontario had the highest average area per person with close to 2.8 square metres.

Pumpkins growing by leaps and bounds



Source: *Census of Agriculture and Census of Population, 1986-2001.*

The fast growth in pumpkin crops seems to be related to the popularity of this vegetable during Thanksgiving and Halloween, as 92% of sales came from fresh pumpkins in 2001. In terms of sales, only 8% of pumpkins were processed into canned pumpkin pie mixes and similar products.

Ontario was home to more than half of Canada's pumpkin area in 2001. In that year, two-thirds of the area planted in Ontario was for fresh sales, and the remaining one-third went for processing. New Brunswick and Quebec are the only other provinces that grow pumpkins for processing. Very few pumpkins are grown in the prairies because they require a longer growing season than they have most years in that region.

Sold fresh or for processing?

	Pumpkin[1] area planted, 2001			Sales, 2001		
	For fresh sales	For processing	Total	For fresh sales	For processing	Total
	hectares			$'000		
Canada	**4,595**	**1,147**	**5,742**	**20,000**	**1,705**	**21,705**
Atlantic provinces	343	45	388	1,295	250	1,545
Quebec	1,416	51	1,467	5,670	285	5,955
Ontario	2,090	1,052	3,142	8,095	1,170	9,265
Prairie provinces	216	0	216	1,455	0	1,455
British Columbia	530	0	530	3,485	0	3,485

1. Pumpkin refers to pumpkin, squash and zucchini.
Source: Statistics Canada, Fruit and Vegetable Survey, 2001.

An opportunity for diversification

The rising demand for pumpkins may be partly driven by the emerging agri-tourism industry. The public's interest in spending time in the countryside and exploring their rural heritage is growing. Festivals and events with an agricultural theme, educational tours, pick-your-own operations and farmers' markets are drawing people from urban centres. Decorating with squash and gourds for Halloween and Thanksgiving has become increasingly popular in both Canada and the United States.

As production costs rise and profit margins decrease, many operators of smaller farms are looking for ventures that will enable them to stay on the farm and stay viable. One option is an agri-tourism business, which provides recreational or educational programs, along with promotion and sale of farm products, thereby generating additional farm income. The small farm works well as an agri-tourism business. It portrays a picturesque, traditional view of farming, in contrast with the large consolidated farm operations that are the trend today in Canadian agriculture.

Some farm operations that 15 or 20 years ago sold pumpkins from a wagon by the roadside are now offering creative programs on the pumpkin/Halloween theme intended to entice the public to spend a day and a few dollars at their farm. These imaginative farmers have come up with a wide variety of enjoyable and educational activities, such as haunted barns, giant corn mazes, petting zoos, pumpkin carving demonstrations, scarecrow building contests and, of course, a hay ride to the pumpkin patch to "pick your own."

These ventures are not only a benefit to the small farm operation; they also serve to bring rural and urban people together. They provide an opportunity to educate the Canadian public, nearly 80% of which lives in urban areas, by increasing awareness of agricultural issues as well as sharing the challenges and rewards of a rural lifestyle.

Heavyweights and miniatures

Giant pumpkin weigh-offs are leading attractions at many autumn fairs and festivals across Canada. These gigantic pumpkins, from varieties bred for size and not taste, commonly grow to 175 or 225 kg—winning entrants can top 450 kg. Although admired for their size, these specimens are 90% water, and their stringy flesh would not please pumpkin pie lovers. (They're sometimes chopped up and fed to cattle, however.)

Miniature pumpkins are popular for autumn craft projects, decorating, and for small hands to bring home from the school trip to the pumpkin patch. These pumpkins can be as small as 5 cm high by 7.5 cm wide, and weigh 85 g to 115 g.

Is it the experience or the commodity?

It may be primarily the experience rather than the commodity that attracts visitors to an agri-tourism operation or event. But once at the venue, people are interested in purchasing farm produce. Marketing farm products directly to the consumer is part of an agri-tourism business. For some operations this merely involves a pick-your-own pumpkin sale; others sell a large variety of agricultural produce as well as value-added products. A country store or bakery may be part of the operation, offering farm produce, Halloween crafts or costumes, home-made pumpkin pies, caramel apples or cider. Selling retail involves higher labour costs. Direct sales, however, generate more

income than a producer would receive selling wholesale, while still offering consumers lower-than-supermarket prices.

Location is the key

Location is a key element determining the success of an agri-tourism operation. An operation must attract tourists from urban areas. "How far will a consumer drive for this farm experience?" "How will rising gasoline prices affect an agri-tourism operation?" These are questions an operator must explore before embarking on a venture of this type.

Most farms growing pumpkins in Canada are near major urban centres. Of the 5,742 hectares of pumpkin area in 2001, 2,024 hectares were on 473 farms in southern Ontario. The Montérégie region of Quebec, near Montréal, has a large concentration of 170 farms that grew 828 hectares of pumpkins. In British Columbia, the largest area devoted to this vegetable is found in the Lower Mainland-Southwest, which has 149 farms growing 376 hectares of pumpkins. Most of these are in the Greater Vancouver Regional District. The Vancouver Island–North Coast region has more farms growing pumpkins, but much less area.

The cucurbitaceae family history

Pumpkins and squash played an important role in the agricultural practices of Native North Americans. They were used for food, and were also dried and woven into mats. Early settlers introduced to North America the celebration of the harvest as well as All Hallow's Eve, based on the Celtic festival Samhain, a ritual honouring the dead. Samhain took place at sundown on October 31. Lanterns carved from turnips, potatoes or gourds were set out to guard against the spirits. These settlers found that pumpkins, which were grown by the Aboriginals, were easier to carve and made an ideal jack-o-lantern.

The pumpkin pie, a favourite Thanksgiving dessert, originated from the practice of cutting the top off a pumpkin, removing the seeds and filling it with a mixture of milk, spices and honey. The pumpkin was then baked in hot ashes.

The spillover effect

Agri-tourism ventures have enabled farms to diversify their operations, which has added stability to their farm income and helped these operations survive as small farms. The spillover effect of this industry is more economic activity to rural communities. Tourists attracted by the agri-tourism operations spend dollars at other local businesses (e.g., service stations, restaurants and grocery stores), businesses that keep rural communities alive and prosperous.

N° 11-621-MIF au catalogue — N° 018
ISSN: 1707-0511
ISBN: 0-662-78141-4

Document analytique

Analyse en bref

La citrouille : un légume en plein essor

par Jean Dornan

Division de l'agriculture
Immeuble Jean Talon, 12e étage, Ottawa, K1A 0T6

Téléphone: 1 800 263-1136

Toutes les opinions émises par l'auteur de ce document ne reflètent pas nécessairement celles de Statistique Canada.

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

La citrouille : un légume en plein essor

Jean Dornan

Comité de revue : Catherine Cromey, Steven Danford, Wilson Freeman, Robert Koroluk (Agriculture et Agroalimentaire Canada), Michel McCartin, Mike Trant et Gaye Ward

Contribution spéciale : Suzanne Olsheskie, Lynda Kemp et Jenny Wang

Rédacteur : Penny Hope-Ross

Rédacteur en chef : Yvan Gervais

Publication : Debi Soucy

Octobre 2004

N° 11-621-MIF2004018 au catalogue
ISBN : 0-662- 78141-4
ISSN : 1707-0511
Fréquence : irrégulière

Pour obtenir de plus amples renseignements :
Service national de renseignements : 1 800 263-1136
Demandes par courriel : analysisinbrief-analyseenbref@statcan.ca

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2004

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), Canada K1A 0T6.

La citrouille : un légume en plein essor[1]

Jean Dornan
Division de l'agriculture

Sommaire

L'Halloween est une fête qui ne saurait être complète sans ce légume de couleur orange vif — la citrouille. Bien qu'elle ne figure pas parmi les cultures légumières les plus importantes au Canada, la culture des citrouilles est celle qui croît le plus rapidement.

La superficie ensemencée de citrouilles, de courges et de courgettes[2] a plus que doublé de 1986 à 2001, soit à un rythme deux fois plus élevé que celui des oignons verts, la culture légumière avec la deuxième plus forte croissance. Les citrouilles sont devenues la septième plus importante culture légumière après la patate, le maïs sucré, le petit pois, le haricot, la tomate et la carotte, alors qu'elles occupaient le quinzième rang en 1986.

Environ 2 850 fermes de recensement ont ensemencé un peu plus de 5 700 hectares de citrouilles en 2001. Cette culture a rapporté près de 22 millions de dollars à ses producteurs au cours de cette année, ce qui est minime relativement à la culture de la patate qui valait 961 millions de dollars.

La croissance rapide de la culture des citrouilles semble reliée à la popularité de ce légume durant l'Action de grâce et l'Halloween, alors que les citrouilles fraîches représentaient 92 % des ventes de ce légume en 2001. Seulement 8 % des ventes étaient destinées à la transformation (garniture à tartes à la citrouille ou autres produits similaires).

Bien que les citrouilles soient cultivées surtout pour la vente de produits frais, on les cultive aussi pour la transformation dans certaines provinces. Les agriculteurs qui cultivent ce légume découvrent rapidement que celui-ci peut être une source lucrative de revenus en tant qu'attraction touristique pour l'industrie agritouristique[3]. Les agriculteurs de citrouilles ouvrent leur ferme aux visiteurs qui peuvent profiter d'activités comme les randonnées en charrette de foin et la sculpture de citrouilles. Une fois sur les lieux, ces visiteurs ont la possibilité d'acheter non seulement des citrouilles, mais aussi des tartes à la citrouille et même d'autres articles sans lien avec les citrouilles comme du cidre, des produits de boulangerie et des bonbons.

L'emplacement est un élément clé qui contribue au succès d'une exploitation agritouristique. Celle-ci doit attirer les touristes des régions urbaines. « Quelle distance le consommateur parcourra-t-il pour vivre cette expérience à la ferme? » et « Dans quelle mesure la hausse des prix de l'essence aura-t-elle un effet sur l'exploitation agritouristique? » — voilà des questions que l'exploitant doit se poser avant de se lancer dans une telle entreprise.

Les exploitations où l'on cultive les citrouilles au Canada se trouvent pour la plupart à proximité des principaux centres urbains. Des 5 742 hectares de superficie ensemencée de citrouilles en 2001, 2 024 hectares l'étaient dans 473 exploitations du sud de l'Ontario. La Montérégie — région

1. Ce document est largement inspiré de l'article intitulé « La plantation de citrouilles — une entreprise agritouristique » publié dans *Un coup d'œil sur l'agriculture canadienne*, produit n° 96-325-XPB au catalogue de Statistique Canada.

2. Pour alléger le texte, le terme « citrouilles » est utilisé pour désigner les citrouilles, les courges et les courgettes partout dans cet article.

3. L'agritourisme est défini comme l'utilisation commerciale d'une exploitation agricole active pour attirer les touristes.

québécoise à proximité de Montréal — comptait une forte concentration d'exploitations, soit 170, où l'on cultivait les citrouilles sur 828 hectares. En Colombie-Britannique, la plus grande superficie ensemencée de ce légume se trouvait dans la région de Lower Mainland-Southwest, pour un total de 376 hectares dans 149 exploitations. Ces exploitations étaient situées pour la plupart dans le district de la région métropolitaine de Vancouver.

Qu'est-ce que sont les citrouilles exactement?

De fait, la citrouille est une courge d'hiver de la famille des cucurbitacées. Outre la citrouille, on retrouve dans cette famille : la courge, le concombre, le melon brodé, le melon miel, le cantaloup, le melon d'eau et la courgette. Ces plantes sont originaires d'Amérique centrale et du Mexique.

La culture des citrouilles est en plein essor

Au Canada, un tableau automnal ne saurait être complet sans la citrouille. Vendue sous toutes les formes et dans toutes les grosseurs, cette grosse courge orangée abonde dans les marchés agricoles, les comptoirs routiers et les épiceries.

La citrouille, depuis longtemps symbole de la récolte et de l'Halloween, offre maintenant à bon nombre de petites exploitations agricoles une possibilité de montrer leurs produits au public tout en créant une source de revenus alternative. Ces exploitations ouvrent leur ferme aux visiteurs et offrent des activités amusantes comme les promenades en charrette de foin et la sculpture de citrouilles. Ces fermiers mettent en vente différents produits de la citrouille en plus des citrouilles entières. Les visiteurs peuvent acheter des tartes à la citrouille, des citrouilles sculptées et même des produits qui ne sont pas fabriqués à partir de la citrouille comme le cidre et les pommes au caramel. Toutes ces activités offrent une journée agréable aux citadins et engendrent des revenus additionnels pour les cultivateurs de citrouilles. Cette source de revenus alternative est connue sous le nom d'agritourisme.

Bien qu'elle ne figure pas parmi les cultures légumières les plus importantes au Canada, la culture des citrouilles est celle qui croît le plus rapidement.

La superficie ensemencée de citrouilles a plus que doublé de 1986 à 2001, soit à un rythme deux fois plus élevé que celui des oignons verts, le légume avec la deuxième plus forte croissance. Les citrouilles sont devenues la septième plus importante culture légumière après la patate, le maïs sucré, le petit pois, le haricot, la tomate et la carotte, alors qu'elles occupaient le quinzième rang en 1986.

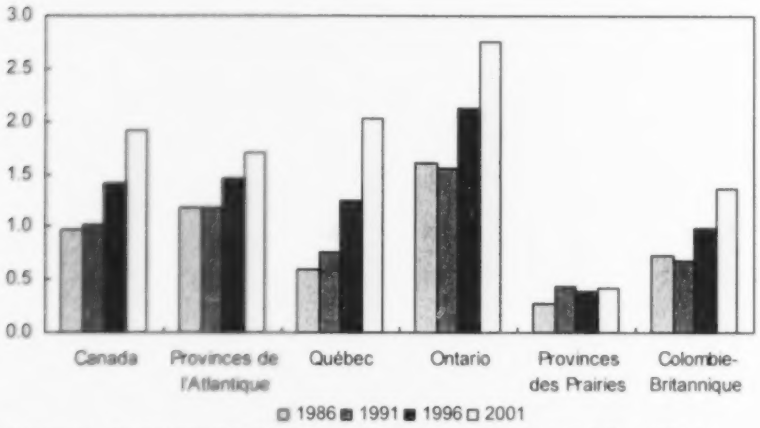
Environ 2 850 fermes de recensement ont ensemencé un peu plus de 5 700 hectares de citrouilles en 2001. Cette culture a rapporté près de 22 millions de dollars à ses producteurs au cours de cette année, ce qui est minime relativement à la culture de la patate qui valait 961 millions de dollars.

En 2001, près de deux mètres carrés de citrouilles étaient ensemencés par personne au Canada. C'est en Ontario que la superficie moyenne par personne a été la plus élevée, soit 2,8 mètres carrés.

La croissance rapide de la culture des citrouilles semble reliée à la popularité de ce légume durant l'Action de grâce et l'Halloween, alors que les citrouilles fraîches représentent 92 % des ventes de ce légume. Seulement 8 % des ventes proviennent de la vente pour transformation (garniture à tartes à la citrouille ou autres produits similaires).

La culture de citrouilles progresse à pas de géant

mètres carrés de citrouilles par personne



Sources : *Recensement de l'agriculture et Recensement de la population, 1986 à 2001.*

C'est aussi en Ontario qu'on avait ensemencé plus de la moitié de la superficie de citrouilles au Canada en 2001. Cette année-là, les deux tiers de la superficie ensemencée en Ontario ont servi à la vente de produits frais, tandis que le tiers restant a servi à la transformation — garniture à tartes à la citrouille et produits semblables en conserve. Le Nouveau-Brunswick et le Québec sont les seules autres provinces où les citrouilles sont cultivées pour la transformation. Très peu de citrouilles sont cultivées dans les Prairies parce qu'elles requièrent une saison de culture plus longue que celle prévalant la plupart du temps dans cette région.

Pour la vente de produits frais ou la transformation?

	Superficie ensemencée de citrouilles[1], 2001			Ventes, 2001		
	Pour la vente de produits frais	Pour la transformation	Total	Pour la vente de produits frais	Pour la transformation	Total
	hectares			milliers de $		
Canada	**4 595**	**1 147**	**5 742**	**20 000**	**1 705**	**21 705**
Provinces de l'Atlantique	343	45	388	1 295	250	1 545
Québec	1 416	51	1 467	5 670	285	5 955
Ontario	2 090	1 052	3 142	8 095	1 170	9 265
Provinces des Prairies	216	0	216	1 455	0	1 455
Colombie-Britannique	530	0	530	3 485	0	3 485

1. Le terme « citrouilles » est utilisé pour désigner les citrouilles, les courges et les courgettes.

Source : Statistique Canada, Enquête sur les fruits et légumes, 2001.

Une possibilité de diversifier les activités

Il est bien possible que la nouvelle industrie agritouristique ait entraîné une plus grande demande pour les citrouilles. Le public apprécie de plus en plus les promenades à la campagne consacrées à l'exploration du patrimoine rural. Les festivals et activités agricoles, les excursions éducatives, les exploitations de fruits et de légumes à cueillir soi-même et les marchés agricoles attirent les gens des centres urbains. En outre, pour décorer à l'Halloween et à l'Action de grâce, les citrouilles sont de plus en plus populaires tant au Canada qu'aux États-Unis.

À l'heure où les coûts de production augmentent et les marges bénéficiaires diminuent, bon nombre de petits exploitants sont à la recherche d'entreprises qui leur permettraient de demeurer à la ferme et d'assurer leur viabilité. Parmi les choix qui s'offrent à eux, il y a l'agritourisme qui, grâce à ses programmes récréatifs et éducatifs et à ses occasions de vendre et de faire la promotion des produits, peut constituer une source de revenus agricole supplémentaire. Les petites exploitations se prêtent bien à l'agritourisme. Elles présentent une conception pittoresque et traditionnelle de l'agriculture, contrairement aux grandes exploitations agricoles regroupées qui semblent être une tendance au Canada de nos jours.

Certaines exploitations agricoles, qui vendaient des citrouilles dans une remorque le long de la route il y a 15 ou 20 ans, offrent maintenant des programmes créatifs qui portent sur les thèmes de la citrouille et de l'Halloween. Leur objectif est d'inciter le public à passer une journée à la ferme et à y dépenser quelques dollars. Ces agriculteurs inventifs ont conçu une grande variété d'activités éducatives agréables, telles que les granges hantées, les labyrinthes géants de maïs, les zoos familiers pour enfants, les démonstrations de sculpture de citrouille, les concours de fabrication d'épouvantails et, bien entendu, une promenade en charrette de foin vers la plantation afin de « cueillir soi-même » sa citrouille.

Non seulement ces initiatives profitent-elles aux petites exploitations agricoles, mais elles servent également à rapprocher les gens des régions rurales et urbaines. Elles permettent d'éduquer le public canadien, dont près de 80 % habite dans une région urbaine, en le sensibilisant davantage aux questions agricoles ainsi qu'aux enjeux et aux gratifications de la vie en région rurale.

Des plus grosses citrouilles aux plus petites

La pesée de citrouilles géantes constitue l'un des attraits principaux des nombreux festivals et foires d'automne au Canada. Ces citrouilles gigantesques, qui proviennent de variétés cultivées pour leur taille et non pour leur goût, atteignent généralement un poids allant de 175 à 225 kg — les variétés gagnantes peuvent peser plus de 450 kg. Bien que leur taille énorme suscite l'admiration, ces citrouilles, constituées d'eau à 90 % et dont la chair est filandreuse, ne sauraient satisfaire les adeptes de la tarte à la citrouille. (Elles sont parfois hachées puis données à manger au bétail.)

Quant aux citrouilles miniatures, elles sont populaires pour les projets artisanaux d'automne, la décoration, et auprès des enfants qui rapportent à la maison un souvenir de leur visite scolaire à la plantation. Ces citrouilles peuvent être aussi petites que 5 cm de hauteur et 7,5 cm de largeur et peser entre 85 g et 115 g.

L'expérience ou les produits?

Les visiteurs qui se rendent à une exploitation ou qui prennent part à une activité agritouristique s'y rendent sans doute pour l'expérience plutôt que pour les produits. Mais, une fois sur les lieux, ils souhaitent souvent acheter des produits agricoles. La mise en marché directe de produits agricoles aux consommateurs fait partie de l'agritourisme. Pour certaines exploitations, cette mise en marché se résume à vendre des citrouilles que les gens doivent cueillir eux-mêmes, tandis que pour d'autres, il s'agit d'offrir une grande variété de produits agricoles et de produits à valeur ajoutée.

Ainsi, une boulangerie ou une boutique de campagne qui vend des produits agricoles, des produits artisanaux ou des costumes d'Halloween, des tartes à la citrouille maison, des pommes au caramel ou du cidre peuvent faire partie de l'exploitation. La vente au détail entraîne une hausse des coûts de la main-d'oeuvre. Cependant, la vente directe permet de générer un revenu supérieur à celui qui proviendrait strictement de la vente en gros, tout en offrant aux consommateurs des prix plus abordables qu'au supermarché.

L'emplacement : un élément clé

L'emplacement est un élément clé qui contribue au succès d'une exploitation agritouristique. Celle-ci doit attirer les touristes des régions urbaines. « Quelle distance le consommateur parcourra-t-il pour vivre cette expérience à la ferme? » et « Dans quelle mesure la hausse des prix de l'essence aura-t-elle un effet sur l'exploitation agritouristique? » — voilà des questions que l'exploitant doit se poser avant de se lancer dans une telle entreprise.

Les exploitations où l'on cultive la citrouille au Canada se trouvent pour la plupart à proximité des principaux centres urbains. Des 5 742 hectares de superficie ensemencée de citrouilles en 2001, 2 024 hectares l'étaient dans 473 exploitations du sud de l'Ontario. La Montérégie — région québécoise à proximité de Montréal — comptait une forte concentration d'exploitations, soit 170, où l'on cultivait la citrouille sur 828 hectares. En Colombie-Britannique, la plus grande superficie ensemencée de ce légume se trouvait dans la région de Lower Mainland-Southwest, pour un total de 376 hectares dans 149 exploitations. Ces exploitations étaient situées pour la plupart dans le district de la région métropolitaine de Vancouver. Elles étaient particulièrement nombreuses sur la côte nord de l'île de Vancouver, mais la superficie ensemencée de citrouilles y était toutefois moindre.

L'histoire de la famille des cucurbitacées

La citrouille et la courge ont joué un rôle important dans les pratiques agricoles des Autochtones en Amérique du Nord. Cultivées à des fins alimentaires, elles étaient également séchées, puis tissées, pour la confection de tapis. Les premiers colons ont institué en Amérique du Nord une fête des récoltes doublée d'un rituel inspiré de la fête du Samain, d'origine celte, qui a pour objet de rendre hommage aux morts le 31 octobre, au moment du coucher du soleil. Les lanternes taillées dans les navets, les pommes de terre ou les courges étaient placées à l'extérieur pour se protéger des esprits. Avec le temps, ces mêmes colons se sont rendus compte que les citrouilles cultivées par les Autochtones étaient plus faciles à tailler. C'est ainsi que la citrouille d'Halloween est apparue.

La tarte à la citrouille, dessert de prédilection à l'Action de grâce, tire son origine d'une pratique qui exigeait d'abord de couper le haut d'une citrouille. On évidait alors celle-ci pour en retirer les graines et pour la remplir d'un mélange de lait, d'épices et de miel. La citrouille était ensuite cuite dans les cendres chaudes.

Les retombées

Les entreprises agritouristiques ont permis aux exploitations de diversifier leurs activités, ce qui a contribué à stabiliser le revenu agricole et à assurer la survie des petites exploitations. Les retombées de cette industrie se traduisent par une activité économique accrue dans les collectivités rurales. Les touristes attirés par les exploitations agritouristiques dépensent aussi leur argent dans d'autres entreprises locales (p. ex. les stations services, les restaurants et les épiceries), ce qui permet aux collectivités rurales de fonctionner et de demeurer prospères.